融媒体中心增强文化影响力的路径选择

余 飞
（湖南省浏阳市融媒体中心，湖南 浏阳 410300）

摘 要：融媒体中心兴文化、有作为就能增强媒体的影响力。优秀传统文化创造性转化、创新性发展是所有融媒体中心增强文化影响力的努力方向。运用新技术连接传统与现代，重组文化传承的内容与形式，拓展文化发展的内涵与外延，结合当地人文资源和现实需求，每家融媒体中心都能闯出文化发展新路子，形成吸引力和县域发展进步的新动能，实现古今结合今胜古。使用信息技术创建新型文化传承模式、改造文化发展形态，挖掘价值，启发当代人特别是启发青少年创新超越，是县域媒体增强文化影响力和竞争优势的上佳之选。

关键词：融媒体中心；文化影响力；新技术连接；路径选择　　**中图分类号：**G623　　**文献标识码：**A
文章编号：1671−0134（2021）12−065−04　　DOI：10.19483/j.cnki.11−4653/n.2021.12.019
本文著录格式：余飞 . 融媒体中心增强文化影响力的路径选择 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：65−67，90.

县域文化种类繁多，传统手艺、传统技艺、传统表演、衣食住行、耕种收藏及其包含的智慧和精神深深扎根于民间，流传千年，影响深远。其中任何一种文化形态都是价值连城的宝库，开发起来对当代人生存和发展有启发意义和现实功用。可是县、乡两级专业文化部门普遍人少经费少，抢救和发展传统文化力不从心，县域农村优秀传统文化在城镇化、工业化过程中有被忽视或失传的危险。相关问题要引起媒体高度重视。

县级融媒体中心（简称融媒体中心）作为县域意识形态机构和文化传播者、生产者，肩负着“兴文化”重任，[1]要直面现实、主动担责、积极作为，优化文化传承和发展，将建设社会主义文化强国和促进文化自信的顶层设计落到实处，引入媒体深度融合、转型发展所需的源头活水。

融媒体中心置身于县域传统文化传承、改造和提升，可谓千头万绪，如何选择路径增强文化影响力？总体上就是坚持传统文化创造性转化和创新性发展，[2]具体到每一家就是连接传统和现代，根据所在县域文化资源和发展需求闯出不同的实施路径。

1. 与时应变重组形式内容，引导文化创造性转化

任何文化或文明传承，都需要一定的形式和内容组合来推进。信息化时代，融媒体中心要借助信息技术组合形式和内容，选好文化传播路径，引导受众将传统文化创造性转化为现实发展所需的新动能，从而提高媒体传播力、覆盖面和吸引力，扩大区域影响力。

运用大数据开展需求调研，确定县域文化传播议程设置和重点内容。贯彻社会主义核心价值观，设计好调查问卷，传统媒体和新兴媒体广泛问计于民、问需于民，收集域内受众文化需求、选择和倾向，并走访乡镇宣传委员、文化干事、教师和村干部，统计、分析、确定基层受众在传统文化需求上的定性维度和定量分布，为提高文化传播的精准性和有效性奠定基础。

案例表明，融媒体中心做好传统文化创造性转化需要从三个重要维度来把握和实施。

1.1 运用信息技术创建新型文化传承模式，持续转化有根基

县域社会走向工业化和城镇化，一些传统手艺、技艺、民间文化从业人员逐渐减少或者消失，部分传统文化所附传统载体将不复存在，传承起来有可能断线或后继乏人。融媒体中心要坚持问题导向，立足新兴技术创立新型文化传承模式，承前启后利子孙。

建立传统文化生产形态（过程）数字化档案，即便年长从业者故去，后来者也有据可循，光复旧物成可能。抢救性采访年事已高的传统手艺人，数字化、视频化记录手艺、技艺、文化产品的生产过程和关键环节、技术要点，整理经验、感悟成理论和技术体系，便于子孙后代恢复、再现前人失传的手工艺术和文化产品。

如，采访“老篾匠”，记录、整理手工编制竹制品的过程和要点。从砍伐几年生的原竹到竹子晾干程度、手工劈制篾片（丝）、蒸煮篾片（丝）防虫蚀、篾片（丝）编制成日用品竹斗笠（竹帽子）和工艺品竹花篮等、浇注桐油防腐处理，挖掘其中的诀窍、细节、场景，获得技术档案和人文纪录片，一举两得。

促进当地传统文化内容进学校、进课堂，大面积传承文化有着落。与教育、文化、人社部门和传统手艺人合作，开发出线下学习实际操作系统和线上仿真虚拟操作系统，将本地有可能失传的手艺如纸糊灯笼、扎制竹筋纸伞等变成中小学生的手工课或职业学校的一门课或一个专业，保证“江山代有人才出”、持续发展有根基。

定期开展传统文化大奖赛，激励居民传承创新。传统文化项目只要有正能量，县域都要组织文化赛事促进横向交流、代际传承和转化创新。融媒体中心整合多方面资源，每两三年就当地某一传统文化项目开

展大奖赛，或全面开展传统文化众多项目大奖赛。以乡镇为单位组建参赛队伍，设置高额奖金和荣誉称号产生吸引力，并开展融合报道，在继承中创新，鼓励城乡居民在主业外学门手艺增添生活趣味、改变人生轨迹、实现价值升华。

1.2 线下线上结合组织文化传播活动，产生深层影响

围绕城乡居民弘扬社会主义核心价值观的精髓，县域融媒体中心结合当地资源和人文特点，策划实施户外文化传播活动，吸引中小学生参加文化体验之旅，引起学生父辈、祖辈以及学校、社会关注，增强感染力。

如，一家融媒体中心在周末和节假日，以新颖性、趣味性和获得感吸引中小学生参加中草药采集之旅，开展云直播、电视录播、报纸和广播同步报道，营造声势，提高文化活动的号召力。中草药是我国传统文化的精髓，从中切入可打开传统文化宝库的真传，多数县域均能开展对应的活动。整个草药采集活动增添中小学生校内不曾有的文化体验，感受勤劳敬业、平等协作、智慧友善等价值内涵和新奇性，并磨练身心、克服障碍、辛勤付出、满载而归，获得成长成才所需课外素质历练，推动传统文化后继者众。进一步升华文化活动的价值，由中药药剂师向中小学生穿插讲解古今药学知识，对比中西药之长，启发学生崇敬和精神效仿神农氏、李时珍等古人；结合当下“人民至上、生命至上”，启发学生立大志、干大事，争当屠呦呦、袁隆平，研发新药品、新种子，开创新局面。

1.3 落实顶层设计，引导居民参与健身、守法和绿色发展，贯通古今利今人

引导城乡居民参与健身、守法、绿色发展是延续传统文化，更是目前建设健康中国、法治中国和生态文明的职责所系，将战略设想变成战役战术行动，有助于县域发展增添正能量、减少负能量、提高区域和谐程度和幸福感。媒体在实施过程中要深层次融入受众、服务受众，促使传授双方同频共振、互动增强。

开办健康真人秀节目。地市以上媒体所办新媒体普遍开设了健康健身类节目、专栏和频道，形成了示范效应。融媒体中心有必要自主开办健康真人秀节目，以填补内容上的缺失，避免受众流失。县域传统媒体和新兴媒体协同配合，联手倡导、推动、吸引老中青和少年居民养成积极向上、持久健身的生活态度、行为和习惯，产生“治未病”的氛围和效果。健康真人秀节目要整合多方面优质资源，如健身教练示范、医师防治指导、受众积极参与，同步运用短视频、网络直播、录播、幻灯片、文字故事和音频解读，展示受众以优美可学之趣，在专业化引导中产生文化魅力。配合线上活动，线下组织登山、竞走、游泳以及老人可参与的趣味运动会，扩大健康真人秀节目的吸引力和群众基础。运用北斗导航、人工智能、自动计数等新技术，关注、记录、评估受众自觉参与健身活动的持久性和累计值，奖励勤者、毅者、优者，以拓展媒体影响受众的时段、场景和效果。强化互动放大节目吸引力，健康真人秀节目播出前进行预热宣传，引起受众关注、参与，播出中和播出后设置专家咨询、交流互动、评论打赏等环节，满足受众表达欲、成就感而累积传播效果。

引导居民守法、绿色发展可参照前述健康真人秀节目的开办模式来实施，适度改进和创新，突出各自的特色而彰显文化传播效应。

媒体引导居民守法重在普法针对性和实效性，把学法、知法、用法与守法结合起来推进实施。运用信息技术和手段，与政法机关、执法部门合作建立学法客户端，艺术化、生活化、故事化、视频化再现法律内容，赋予学法的趣味性和价值所在。适时开展成年人和中小学生学法抢答赛，配以大屏（电视）带小屏（手机）线上直播和线上互动，引领公民在手机端学、知、守、用法并了解正面案例及违法案例，让普法工作变得生动活泼，让法律条文易记易懂、入脑入心。如，长江流域一县域媒体在《中华人民共和国长江保护法》2021 年 3 月 1 日实施之前，将法律条文、意义解读、守法要求的文字、漫画和动画以及问答题目一并推送到县内全体居民的手机端，告诫垂钓爱好者和渔民 3 月 1 日后再不要在长江干流和主要支流的天然河、湖垂钓和捕捞鱼虾，普法获得提前量，追求时效性和社会效益有着落。

引导居民绿色发展关键在于“绿水青山就是金山银山”深入人心和县域内男女老少自觉遵循绿色、低碳、可持续发展模式，融媒体中心居中弘扬正面行为、鞭策负面行为，产生文化影响。正面激励绿色发展参与者，凸显生态效益与经济效益正相关。如与林农部门合作，号召城镇居民以户为单位承包农村 1—3 亩荒山荒地，周末下乡植树造林护林（用材林、果木林或生态防护林）有补贴，媒体则长期跟踪报道，强化个体自觉造林护绿全县居民都能获得山清水秀、林果回报的行为逻辑。相关故事制成纪录片、幻灯片且长期留存于云端（网站）供人点击关注，发挥典型示范作用。监督鞭策负面行为，发挥信息技术快、准、广、便的特点，实现信息采集与执法部门监控记录设备联网联动，及时获得危害生态环境的线索，同步展开批评报道，共同阻止违法行为和不文明行为，打好“蓝天碧水净土保卫战”。

2. 新技术拓展内涵外延，促进文化创新性发展

文化在似曾相识中带点儿陌生感才能产生吸引力。融媒体中心就是要在似曾相识上营造文化产品、服务和活动的陌生感，拓展文化发展的内涵与外延，推动传统文化创新性发展，满足人民群众的现实需求，增强媒体影响力。

2.1 新技术改造传统文化形态，挖掘文化价值启发当代人

2.1.1 传统文化古为今用今胜古，启发今人胜前人

南方一家融媒体中心从农村皮影戏传承中受到启迪，开发木偶风格的动画片而周期性播出，未来不因民间艺人代谢而失传，而是便于受众在手机端持久欣赏木偶艺术，传统艺术传承获得生机，相对以往口授心传的方法有超越和进步。其做法是资助专家和农村皮影艺人整理分析传统皮影戏，抽象出皮影人物即木偶造型和动作完成的技巧、规律或操作模式，概括出人物动作的运动函数方程，再将木偶舞台演出动作交由机器人（机械臂）和人工智能来合成实施，创造出全新的木偶表演方式和当代故事表达。运用机器人表演木偶戏，相对于传统手工方式，可以减轻皮影艺人的劳动强度，逐步实现木偶艺术数字化转型，是在继承中开发新业态。

类似的思路用于所有县域传统文化项目数字化改造、转化和创新，可迎来县域文化事业繁荣发展的新局面，老百姓也将从中受益。各家融媒体中心都可以举一反三，建构新模式。

2.1.2　吸引青少年自制玩具，穿越古今感受智慧和创新，激发见贤思齐和创造潜力

成年人创新有为，往往与年少游玩所受启发有关联。融媒体中心创设条件，建立类似的关联，吸引青少年甚至孩子的父母动手制作、改进传统玩具，挣脱线上虚拟游戏的负面影响，从而播下创新、创造、创业的兴趣和种子，为县域创新发展和高质量发展培养创新型人才。生活中玩具多、工具多，融媒体中心引导孩子们力所能及自制（DIY）玩具和工具会有很大的开拓空间。

如循序渐进，步步提升，教会孩子们连续尝试制作、组装无动力风车、有动力风车和无人机，感受发明创造的神奇。准备好半成品木板、竹片、筷子、小竹筒、铁钉、粗棉线和图纸，告诉孩子们如何使用木工手锯、钻、砂纸、小斧头和铅笔，由木工师傅示范如何加工、组装无动力传统风车，启发孩子们自己动手尝试而获得乐趣和成就。布置新任务，加大难度，要求孩子超越前贤制作有动力风车，即增加电池、电机和螺栓的运用，相对传统有所创新。更进一步，引领孩子们组装、拆解无人机或机器人，融古今技术、智慧于一体组合创造，激励孩子们直面挑战、超越先贤，形成创新观念。

2.1.3　移植文化产品应用领域，赋予新价值

传统文化附着于既有模式和领域，人们习以为常，见惯不新。如果不畏浮云遮望眼，传统文化呈现形式持续变化求新，文化产品和服务应用到新场景，将是万紫千红花果常新，价值倍增。农耕文明或工业化早期的文化成果，都能赋予新形式、新内涵，融于县域文化旅游事业发展而造福百姓。如打破人们的认知习惯，将各地的宝塔造型（如湖南岳阳楼等）按比例缩小，改造成月饼、酒类等食品的纸质、瓷质立式包装容器并附宝塔的前世今生文字和音频介绍，做到新颖别致、贯通千年，集文化价值、商业价值于一体，惹人喜爱。

各家融媒体中心都要在文化创新性发展上用心、用情、用功、有作为，开发文旅产品和服务，赢得社会效益和经济效益，产生溢出效应跨界发展，增强媒体适应能力。

2.2　打造数字化平台和业态，增强文化吸引力

媒体在文化传播和发展中不可替代。融媒体中心要抓住我国目前数字技术应用逐渐普及的有利时机，与县域内外专业文化机构、个体从业者、网络经营者和数字技术公司合作，创建数字化文化产品、服务和消费渠道、传播模式或经营平台，以优秀的内容占领思想文化主阵地和新阵地。

融媒体中心目前为发展文化打造的数字化平台主要有网上读书写评竞赛、数字创意、云视听、数字娱乐、线上演播、电商创意众筹、线上艺术教学、知识付费服务，还可以结合人工智能、新算力、云服务、区块链等新技术开发出新的文化服务数字平台。每一种数字化平台或业态都要分众化、专业化，突出吸引、覆盖年轻受众，培育忠诚的受众群。同一媒体兴办多样的文化数字平台要协同增效、融合作为，力争在网上别具一格、难以替代。

某家融媒体中心独树一帜兴文化，结合所在区域的地方剧种与西方舞台剧创建线上演播平台，吸引受众自编、自演、分享、评论、打赏并改造演出形式和内容。受众在线上演播平台创新表达当代社会生活（像戒除赌瘾、网瘾，代之以健身学艺、打工创业走正道等），获得了广泛点赞，且参与者众，群起效仿。及时聘请专业导演、演员指导普通受众提升演出水平、创作舞台精品，引导群众在文化消费和生产中释放正能量，加强文化自信。

聚合内容丰富平台文化产品供给。一是每家融媒体中心都创作优秀文化产品和服务并数字化记录，相互之间无偿交换，每家都能以一当百，获得成千上万（集）的内容供给，每个县域的受众更是耳目一新无审美疲劳。二是网上聚合，尊重知识产权、适当付费，全网聚拢新出产的正能量文化精品，个性化推送给县域内不同受众手机端，满足多样化需求，方便受众并产生平台黏性。三是邀请知名演出机构线下表演精品力作，收获文艺作品的现场感染力和平台影响力。

2.3　广泛视频化，养育人才群

当代文化发展要借重视频化获得助推力。文化传播的视频影响力大者得天下（如抖音等新媒体和文艺众筹业务就是如此）。融媒体中心要获得视频影响力、引起本地受众关注和喜爱，必须将新闻传播、信息服务、经营变现等业务广泛视频化。相对目前主要的报道和服务“老三样”（单纯的文字、长视频和广播），县域媒体要广泛生产视频内容，催生文化覆盖范围和凝聚力。

凡是能视觉表达的尽量视频化，凡是视频化的内容尽量吸引新的受众群。保留报纸、电视、广播现有规模

（下转第90页）